

O PAPEL DAS NOVAS TECNOLOGIAS NA COMUNICAÇÃO EXTERNA DA ORGANIZAÇÃO: O CASO TAP PORTUGAL

Júlio Viana

**Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação –
Área de Especialização em Comunicação Estratégica**

MARÇO 2010



Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação – Área de Especialização em Comunicação Estratégica, realizada sob a orientação científica de

Prof. Doutor Joel Hasse Ferreira

Declaro que esta dissertação é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas e na bibliografia.

O candidato,

Lisboa, de de

Declaro que esta dissertação se encontra em condições de ser apresentada a provas públicas.

O orientador,

Lisboa, de de

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Doutor Joel Hasse Ferreira agradeço, em primeiro lugar, a competência com que orientou esta minha dissertação e por ter demonstrado, desde o início, interesse pelo tema que me propus estudar. Pelos seus conselhos e orientações úteis e pelas críticas construtivas que me foi concedendo ao longo do Mestrado, estou-lhe muito grato.

Quero também agradecer ao Departamento de Marketing, Comunicação e Imagem da TAP Portugal por ter gentilmente disponibilizado todas as informações necessárias à elaboração da presente dissertação.

RESUMO

O PAPEL DAS NOVAS TECNOLOGIAS NA COMUNICAÇÃO EXTERNA DA ORGANIZAÇÃO: O CASO TAP PORTUGAL

JÚLIO VIANA

PALAVRAS-CHAVE: Internet; Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC); comunicação organizacional; comunicação estratégica.

O desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TIC) esteve no centro das principais evoluções económicas e financeiras ao longo da segunda metade do século XX. No entanto, a adopção de novas tecnologias no contexto organizacional veio não só transformar a sua composição e estrutura interna de funcionamento mas também a forma de comunicar com os diferentes públicos-alvo. Tendo em vista os aspectos sociais e organizacionais da introdução das TIC no âmbito empresarial, colocando de parte a componente meramente técnica, aborda-se a temática da construção de uma estratégia comunicacional assente nas novas tecnologias e a consequente transformação no comportamento do indivíduo. O factor de mudança assume-se como um elemento primordial na medida em que o indivíduo adopta uma nova postura perante os estímulos a que é sujeito e, como consequência da transformação do papel de emissor e receptor, também a organização modela o seu comportamento em função das exigências e novos hábitos do seu público-alvo. Neste contexto, a Internet assume-se como plataforma essencial na formação de novas práticas comunicacionais e como potenciadora de uma nova forma de relacionamento entre o indivíduo e a organização. Assiste-se, assim, a uma mudança de paradigma que tem como resultado uma inversão dos papéis desempenhados por cada interveniente no intercâmbio de informação.

Tendo como pano de fundo o estudo de caso da TAP Portugal, pretende-se analisar qual o papel que as novas tecnologias representam na elaboração de um plano de comunicação estratégica de uma organização. Numa sociedade cada vez mais globalizada, em que a informação assume-se como o bem mais valioso, importa conhecer a dimensão e a dinâmica provocada pelos novos dispositivos de mediação electrónica na comunicação externa de uma organização.

ABSTRACT

THE ROLE OF NEW TECHNOLOGY IN EXTERNAL COMMUNICATION: THE TAP PORTUGAL CASE STUDY

JÚLIO VIANA

KEYWORDS: Internet; Information and Communication Technology (ICT); organizational communication; strategic communication.

The development of information and communication Technologies (ICTs) was of extreme importance to the economical and financial expansion in the second half of the 21st century. Even so, the introduction of new technologies in the organizational context changed not only its characteristics and main structure but also the way organizations communicate with different targets. Bearing in mind the social and organizational perspective of the introduction of ICTs in the entrepreneurial world, putting aside technical components, the object of this thesis is based on the elaboration of a new strategic communication plan and the subsequent transformation on the individual behaviour. The modifications performed by the individual itself represent a change in his attitude towards the stimulus he suffers due to the transformation of the roles of the sender and the receiver in the communication process. Due to this transformation, the organization is going to change his behaviour towards different habits and practices of their target. In this context Internet constitutes an essential part in the elaboration of new communicational strategies and represent a new form of interaction with its participants. In this way it is possible to found a new communication paradigm as a result of the inversion in the participant's role in the communication process.

Bearing in mind the TAP Portugal case study, it is pretended to analyze the role of new technologies in the elaboration of a strategic communication plan. In a globalized society, where information is the key access to everything and constitutes a powerful tool, it is important to know the dimension and dynamics created by new systems of electronic mediation in the external communication of an organization.

ÍNDICE

Introdução	1
1. Novas formas de comunicação: novos contextos, novas ferramentas	6
1.1 A cultura das redes e a aniquilação da noção de distância	11
1.2 Revolução ou evolução?	15
2. As TIC na comunicação estratégica da organização	20
2.1 As TIC como facilitadoras de acesso à informação	27
2.2 Internet: apenas mais um canal de comunicação?	30
3. O caso TAP Portugal	33
3.1 O sítio Web e as suas potencialidades	35
3.2 As redes sociais	40
3.3 Os terminais informáticos de utilização pública e o portal TAP Mobile	43
4. O efeito de tecnologização da comunicação	47
4.1 Uma nova forma de relacionamento com a organização	51
4.2 A questão da personalização/despertualização	55
Conclusão	57
Referências bibliográficas	61
Anexos	73